



効果がある集客方法は? 知っておきたい集客ノウハウ

MAで効率的なマーケティングを実現

目次

1

集客とは、顧客を集めること

2

代表的な集客方法5選

3

集客を成功させるコツ

4

集客を成功させるために

5

あらゆる業種に導入されているAdobe Marketo Engage

はじめに

「集客」は、マーケティングのステップのひとつ。企業が事業を通じて得られる収益を拡大する上で、自社に合った集客方法を選び、集客の質を高めることは非常に重要です。さまざまな集客方法からベストな選択肢を見つけ、「売上につながる集客」を実現するためのヒントとして、代表的な手法と成功のコツをご紹介します。

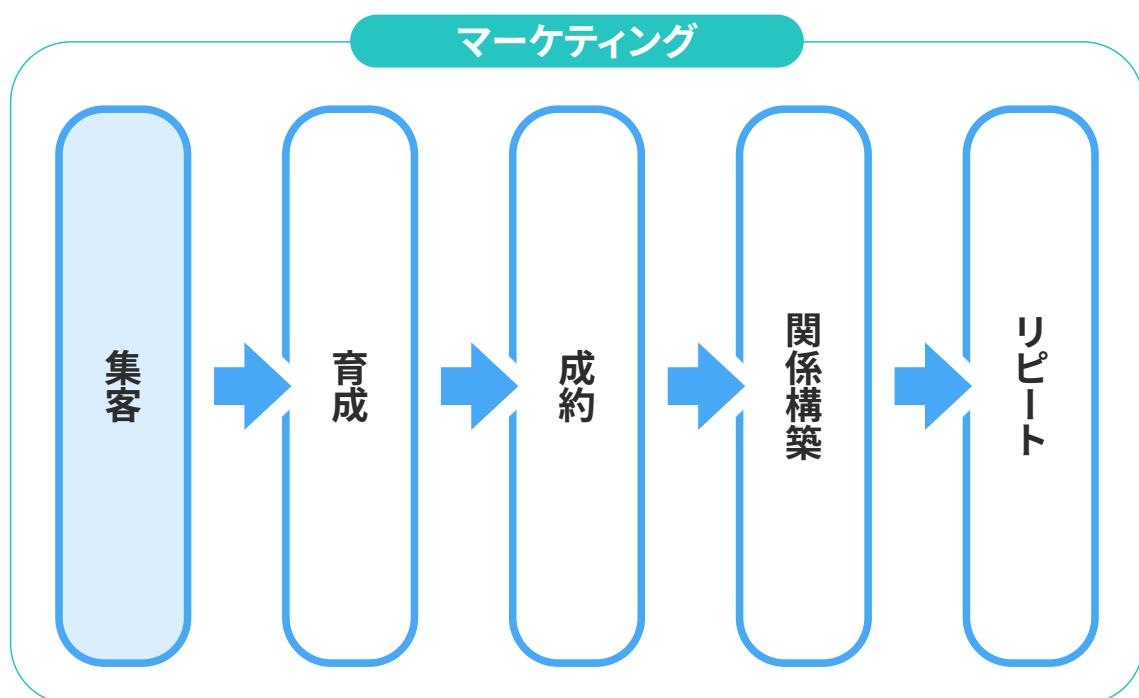
1

集客とは、顧客を集めること

集客は、端的にいうと「顧客を集めること」です。

どんなに良い商品やサービスを扱っていても、自社のwebサイトや店舗に顧客を誘導できなければ、売上につなげることはできません。ビジネスの成功を目指すには、商品やサービスの認知度を高め、購入してくれる可能性がある顧客の母数を増やす必要があります。

注意したいのは、マーケティングの一連の流れの中で集客は販売戦略の一部にあたり、新規顧客を集める最初の段階と、リピーターを集める段階の2つのタイミングがあることです。安定的な収益の獲得を目指すには、新規顧客の獲得はもちろん、リピートにつながる自社ブランド向上の視点を持って集客に取り組むことが求められます。



集客は、売上アップに欠かせないステップ

2

代表的な集客方法5選

ここからは、代表的な集客方法を5つ取り上げて、それぞれのメリットや活用のポイントを詳しく見ていきましょう。

① 広告(オンライン、オフライン)

広告は、多くの企業が取り組んでいる集客方法のひとつです。ターゲットとなる顧客の目にふれる場所に自社の商品やサービスをPRする広告を出し、店舗への来訪や検索からの自社サイトへの流入につなげます。

広告の最大のメリットは、新規顧客の獲得に有効であることです。広告による集客には、オンラインとオフラインの2つがあり、多様な手法からターゲットに合う手法を選ぶことができます。特定のエリアで集客したいならチラシ、ネットショップの集客ならオンライン広告といったように、目的に合わせて手法を選定しましょう。

オフライン広告

- ・テレビCM
- ・新聞広告
- ・交通広告
- ・屋外広告
- ・チラシ
- など

オンライン広告

- ・純広告
- ・ネイティブ広告
- ・SNS広告
- ・リスティング広告
- ・リターゲティング広告
- など

広告は、目的に合った手法の選定が重要

● ② オウンドメディア（webサイト）

自社で運営するwebサイトやパンフレットなどの媒体を、オウンドメディアと呼びます。webサイトは、検索エンジンやSNSなどから集客を行い、顧客と接点を持つことができる手法です。

オウンドメディアは、自社の商品やサービスに関するコンテンツを掲載することで、自社の商品やサービスに関心がある顧客を集客することができます。自社の想いを伝えやすいので、顧客のファン化やブランディングにも効果的です。

また、自社メディアなので広告費がかかりません。運用に成功すれば、費用対効果が非常に高い手法だといえます。

ただし、すぐに収益に結びつく手法ではないため、中長期的な視点で体制を整える必要があります。

代表的なオウンドメディア

ブログ

ホワイトペーパー

デモ動画

メールマガジン

※広義では、パンフレットや広報誌、SNSアカウントなどもオウンドメディアに含まれる

オウンドメディアは、中長期的な視点が重要

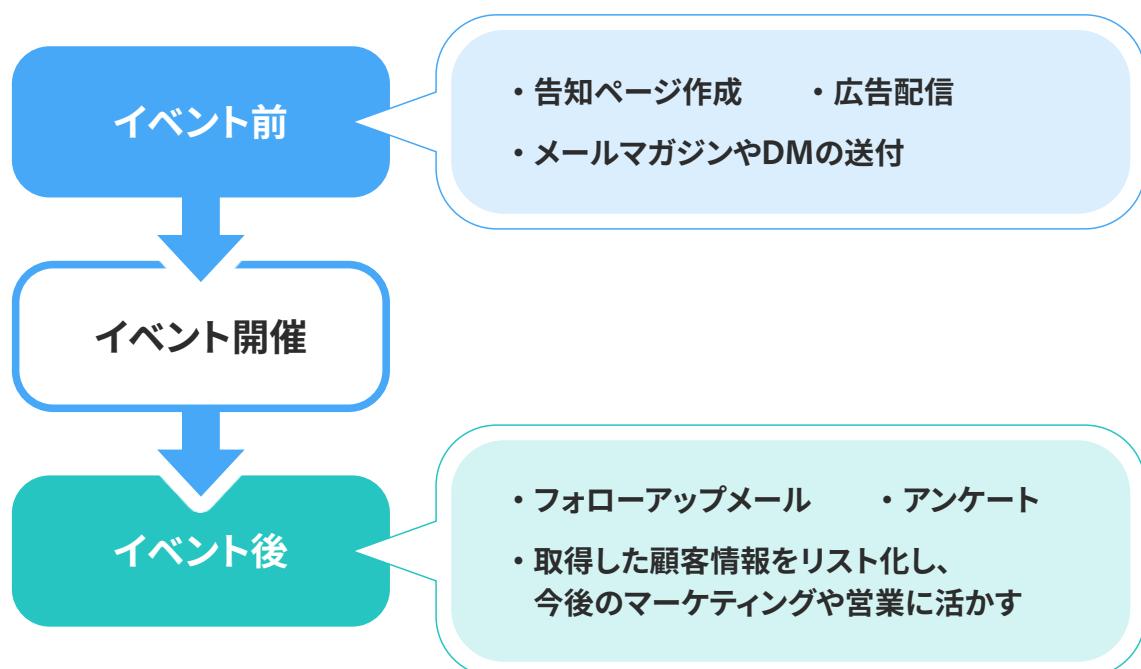
● ③イベント(展示会、セミナー、ウェビナーなど)

B2Bビジネスを展開する企業で、長く実施されてきたのがイベント開催による集客です。具体的には、下記のような手法が考えられます。

- ・展示会や見本市
- ・セミナー
- ・プライベートイベント
- ・ウェビナー

オンライン化の流れを受けて、最近ではweb上でセミナーを開催するウェビナーも盛んに行われるようになりました。イベントは、テーマに興味を持った人が集まるため、購買につなげやすいのがメリットです。

イベントの開催を知らせる広告配信やDM送付、イベント終了後のフォローアップメールなど、開催前後でほかの手法と組み合わせることで効果がアップします。



イベントは、ほかの手法との組み合わせが重要

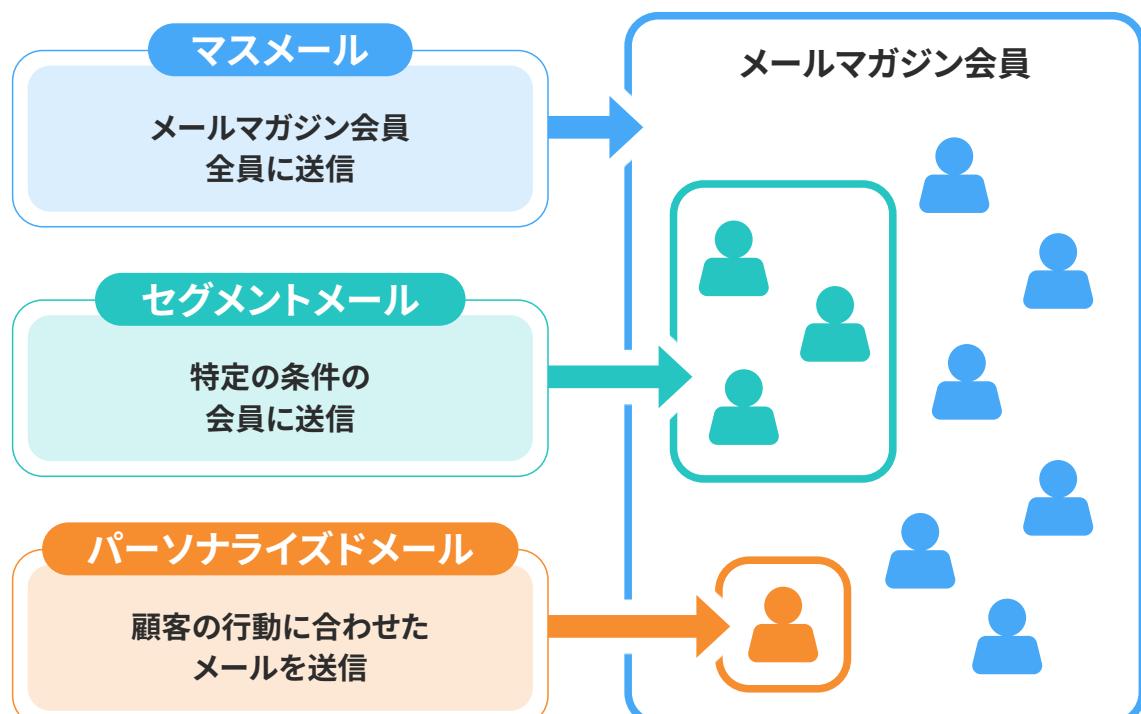
● ④ メールマーケティング

資料請求などでメールアドレスを登録した人に対して、メールマガジンを送付して集客します。お得なキャンペーン情報などを定期的に送信することで、顧客の理解や関心を高め、webサイトなどへと誘導します。

メールマーケティングには3つのパターンがあり、それぞれ異なるターゲットにアプローチできます。

- ・マスメール：不特定多数に向けて、同一の内容を一斉に送る
- ・セグメントメール：商品に興味がある一部の対象者にのみ送る
- ・パーソナライズドメール：購買意欲が高い顧客の後押しになるよう、個別の内容を適切なタイミングで送る

メールマガジンは、読んでもらえなければ意味がありません。一人ひとりの興味や関心に沿って、パーソナライズされた内容を送るのがポイントです。



メールマーケティングは、パーソナライズが重要

● ⑤紙のDM（ダイレクトメール）

紙のDMは、顧客接点がデジタルに移行する中でも、活用されている手法です。

メールマガジンに比べてコストはかかりますが、迷惑メールフォルダに直行するリスクがなく、送信する顧客を絞り込んだ上で、確実に届けられるのがメリットです。テキストとデザインの両方で特別感を出しつつ視覚に訴えかけることができるため、販促効果も高いといわれています。

webサイトの閲覧や購入といった行動履歴を基に紙のDMを送ったり、ウェビナー開催後のフォローアップをしたりと、デジタルデータと組み合わせることで購買までの導線をより強固にできるでしょう。CPO(1件の成約までにかかった費用)や反響率などから、効果測定も簡単に行えます。



ダイレクトメールは、デジタルデータとの連携が重要

3

集客を成功させるコツ

ここまで、代表的な集客手法を5つご紹介しました。

どの集客方法にもそれぞれ強みがありますが、どの方法を選んでも必ず意識したい「成功のコツ」が3つあります。

● 目標を明確に設定する

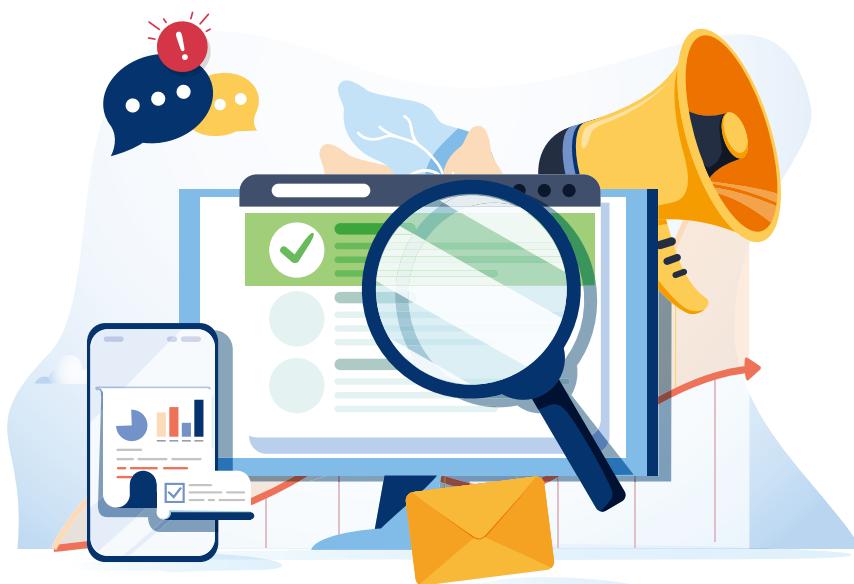
何をもって成功とするかを見極めるため、明確な目標を設定しましょう。

● 集客後、成約につなげる

集客した顧客と信頼関係を築き、購買意欲を高めて営業に送客し、成約につなげましょう。

● 効果測定を行い、精度を上げる

集客施策を実行したら、必ず効果を測定し、目標達成の度合いを評価しましょう。「Plan(計画)」→「Do(実行)」→「Check(点検)」→「Action(改善)」を意識することで、施策の精度が向上します。



集客のコツは「目標設定」「効果測定」「顧客育成」

4

集客を成功させるために

集客を成功させるには、MA(マーケティングオートメーション)の活用が有効です。

MAは、収益向上に向けて、集客をはじめとした煩雑なマーケティングを自動化し、顧客とOne to Oneコミュニケーションを実現するツールです。

MAを導入すると、集客の一部が自動化できるほか、効果測定や営業との連携も効率的に行うことができます。

MAを活用するために、押さえるべきポイントは次の2つです。

● 目的に合ったMAを選ぶ

MAにはさまざまな種類があり、それぞれ特徴や強みが異なります。「どのツールを選べば、自社の課題が解決できるか」という観点で、最も適したMAを選びましょう。

● 体制を整備する

MAのメリットを最大限享受するには、社内理解に基づく体制の整備が不可欠です。すべての関係部署で導入の目的を共有し、必要な人員を確保しましょう。

MAの活用に必要な人員

- ・システム管理担当
- ・全体フロー管理担当(営業とマーケティングの連携体制などを考える)
- ・マーケティングシナリオの企画担当
- ・メールやイベントなど、個々の施策の実施担当

※兼務も可能だが、業務量に応じて専任者を確保することが望ましい

集客の成功には、MAの活用が有効

5

あらゆる業種に導入されている Adobe Marketo Engage

アドビ株式会社のAdobe Marketo Engageは、規模や業種を問わず、多くの企業で活用されているMAです。Adobe Marketo Engageはリードナーチャリングに強みがあり、集客した顧客の効率的な育成を助けます。

- **マルチチャネルの
キャンペーンに対応**

モバイル、web、広告など、複数のチャネルにまたがるキャンペーンを高度にパーソナライズ。一貫性のある上質な体験を提供し、顧客との関係性を深めます。

- **効率的なOne to One
マーケティングを実行**

蓄積した顧客情報を基にOne to Oneマーケティングを実行。複数チャネルの閲覧状況をトラッキングし、顧客の検討状況に合わせた情報を提供することで、顧客に特別感を提供します。

Adobe Marketo Engageで、集客をはじめとしたマーケティングを効率的に実践しましょう。

Adobe
Marketo Engage
の特徴

- ・効率的なOne to Oneマーケティングができる
- ・マーケティング施策単位で効果測定ができる
- ・チャネルごとに効果測定ができる
- ・マーケティング施策の収益への貢献度が可視化できる

アドビ株式会社

03-5740-2400 (9:00~17:00)

[Adobe Marketo Engageの製品サイトを見る](#)

[その他の資料をダウンロードする](#)

[お問い合わせフォーム](#)